



TITLE:

京大東アジアセンターニューズレター 第539号

AUTHOR(S):

京都大学経済学研究科東アジア経済研究センター

CITATION:

京都大学経済学研究科東アジア経済研究センター. 京大東アジアセンターニューズレター 第539号. 京大東アジアセンターニューズレター 2014, 539

ISSUE DATE:

2014-10-06

URL:

<http://hdl.handle.net/2433/190951>

RIGHT:

2014 年 10 月 6 日発行 第 539 号

CONTENTS

東アジアセンターのホームページリニューアルのお知らせ	1
アジア自動車シンポジウムのお知らせ	2
「中国経済研究会」のお知らせ	3
上海街角インタビュー ④9	4
【中国経済最新統計】	8

東アジアセンターのホームページリニューアルのお知らせ

先にニュースレター532号にて「センター協力会の解散とセンター支援会への移行について」をお知らせいたしました。その中で、本センターが、新たな支援会と緊密に協力して取り組んでいくことを約束しました2014年度事業の一つに「東アジアセンターのホームページの充実」を挙げました。その第一歩として本センターのホームページをこのたびリニューアルいたしました。英語版・中国語版の作成も含め今後もホームページの一層の充実を図っていく予定です。新しくなったセンターホームページ

(<http://www.econ.kyoto-u.ac.jp/~shanghai/>) を一度ご訪問いただければ幸いです。

(文責：京都大学東アジア経済研究センター 矢野剛)



アジア自動車シンポジウムのお知らせ

主催

京都大学東アジア経済研究センター

共催

東京大学社会科学研究所現代中国研究拠点

東京大学ものづくり経営研究センター

後援

京都大学東アジア経済研究センター支援会(予定)

アジア自動車シンポジウム アセアン統合にいかに備えるか

—日系メーカーが取り組むべき課題を検討する—

■京都会場 2014 年 11 月 8 日(土) 13 時

京都大学法経東館 2 階三番教室

■東京会場 2014 年 11 月 10 日(月) 13 時

京都大学東京オフィス(品川インターシティA棟 27 階)

2010 年代後半にはアセアン統合が全面的に進展する中、東南アジア自動車市場が急速に拡大することが予想されている。中国の人口のおよそ半分の 6 億人を有するアセアン諸国は、年間販売台数が 2000 万台に達した中国自動車市場のほぼ半分の 1000 万台を一つの目標として、自動車の生産能力と流通経路を構築している。

日中関係の不安定性が消えない中、それを補うものとして日系自動車メーカーは東南アジアに磐石の基盤を構築しようとしている。本年のアジア自動車シンポジウムは「アセアン統合にいかに備えるか—日系メーカーが取り組むべき課題を検討する—」とのテーマの下にアセアン各国の課題を分析する。

総合司会

13:00-13:10

挨拶 京都大学大学院経済学研究科長 岩本武和

13:10-14:00

京都大学大学院経済学研究科 教授 塩地 洋 アセアン統合に日系企業はいかに備えるか(仮題 以下同)

14:00-14:30

東京都市大学都市生活学部 教授 井上 隆一郎 勝ち組タイはアジアのデトロイトになれるか

14:45-15:15

鹿児島県立短期大学 教授 野村 俊郎 低価格環境車は新顧客層を創出するか—インドネシア

15:15-15:45

城西大学経済学部 准教授 小林 哲也 フィリピン—販売拡大続くが、撤退するメーカーも

15:45-16:15

未定 輸入車増大し、現地生産は存続の危機—ベトナム

16:15-16:30

閉会挨拶

16:45-17:45

懇親会 参加費 2000 円(協会の会員は無料) シンポジウムは無料

参加の御申込は塩地 shioji@econ.kyoto-u.ac.jp に会場名、氏名・所属、懇親会出欠を御連絡ください。東京会場は定員 100 名、京都会場 200 名です。お早めにお申し込みください。

「中国経済研究会」のお知らせ

2014 年度第 4 回（通算第 43 回）の中国経済研究会は下記の要領で開催することになりましたので、ご案内いたします。大勢の方のご参加をお待ちしております。

記

時 間： 2014 年 10 月 28 日(火) 16:30－18 : 00

場 所： 京都大学吉田キャンパス・法経済学部東館地下 1 階みずほホール

報告者： 馬 欣欣（京都大学大学院薬学研究科特定講師）

テーマ：「中国新型農村合作医療保険制度が医療サービスの利用に与える影響」

注：本研究会は原則として授業期間中の毎月第 3 火曜日に行います。2014 年度における開催(予定)日は以下の通りです。

前期：4月16日(火)、5月20日(火)、6月17日(火)、7月22日(火)

後期：10月28日(火)、11月18日(火)、12月16日(火)、1月20日(火)

（この研究会に関するお問い合わせは劉徳強（liu@econ.kyoto-u.ac.jp）までお願いします。なお、研究会終了後、有志による懇親会が予定されています。）



上海街角インタビュー ④9

社団法人大阪能率協会アジア・中国事業支援室副室長（海外委員）

順利包装集団董事（在上海）

福喜多技術士事務所所長

福喜多俊夫

中国の国有企業は魅力的な就職先か？

中国で大学生の就職先で人気があるのは官庁と国有企業だが、これは至って狭き門で、そこに至るには高校入試から選抜が始まっている。今年娘さんが高校入試を受けた友人の話では、今年の上海の高校入学受験者は7万7千人。高校合格率は52%、すなわち4万人が高校へ入り、残りの3万7千人は中等職業学校へ行き、2～3年後に社会に出る。高校から大学への進学率は75%、4万人のうち3万人が大学へ。1万人は高等職業学校へ。

上海の名門高級中学（高校）は上海中、復旦中学、交通中学、華東師範中学の4校。4名門高校への入学者は2千人。すなわち7万7千人の2.5%しか入れない。

それではなぜ名門高校へ入ることが大事か？

名門高校から重点大学への進学率は70%、一般高校からは10%

公務員と大手国有企業への就職率は重点大学からは33%、一般大学からは3%以下。

このような現実の中で上海市民は国有企業を現実的な「魅力的な就職先」と捉えているのだろうか？

1. 40歳代前半の男性

官庁と国有企業の年金は一般民間企業より遥かに優れているので、就職活動では大人気です。ただ、官庁も国有企業もピンからキリまでありますから、選ばないといけません（入れるかどうかは別にして） 私の娘は今年高校に入りました。結構いい高校に入れたので喜んでいます。これからも頑張って重点大学に入り、官庁へ入って欲しいです。国有企業は友達の話では雰囲気が良くないので行かせるたくないです。女の子ですから研究機構へ行くとよいと思っています。文系の研究機構、博物館などで研究させたいです。

2. 20 歳代後半の女性

私の友達で官庁や国有企業へ行った人はいません。私は上海外国語大学を出ましたが、友達は皆、民間会社に入りました。官庁や国有企業に入るには、重点大学卒か、一般大学でも余程優秀か、いいコネがないと難しいです。一般論で言えば、官庁（中央、地方）、国有企業（中央、地方）は学生に人気があります。私はまだ、子供がいませんが、子供が出来て大きくなる頃には中国の社会構造も変わっているかもしれません。でも、変わらないかもしれないから子供は幼稚園から行くところを考えます。

3. 50 歳代後半の男性

中国はこの 10 年の改革後退で、価値観とか就職観などかなり変わりました。

国有企業と一口で言っても、独占型と競争型の 2 タイプがあります。電信、銀行、石油、タバコなどは独占型で、彼らは独占権を利用して暴利を得ており、この暴利の多くは内部で享受しており、国民は関係がないだけでなく、これらの商品購入時に高い代金を払わされています。これらの企業はまさに利権集団で、これら企業のトップは政府の部長（大臣クラス）になったりして改革の邪魔になっています。競争型の国有企業は、物流業（スーパーなど）、旅行業（ホテルなど）、石化、鋼鉄などがあります。これらの企業は規模にもよりますが、中小規模の場合は普通の民間企業、外資企業に似ています。大企業の場合は資本力及び普通の民間会社を買えない高価な最新設備を入れて高利益を得ています。それ以外の航空会社、鉄道会社などは独占ですが、他業種との競争で利益が出ていないので、管理層になってグレー収入を得ないと、普通の社員はメリットがありません。したがって、学生の就職希望の順番は、公務員、独占国有、大手国有、有名外資系、民間 IT 企業、一般外資系、一般民間企業の順になります。

4. 50 歳代前半の男性

うちには就職する子供がいなくても、親戚に学生がいたら、大手国有企業を勧めます。但し、国有企業に就職すると、技術者としてある程度の出世はできますが、共産党に入らねば偉くはなれません。現在の習近平政権の改革で、公務員、国営企業は今のような楽な仕事はなくなるでしょうが、国営企業の場合は、もし民営化される場合、その中で働いている人は株を安く買えるか、優先的に買えるので、そのメリットも大きいです。

もし国有企業に入れなかったら、民間のネット企業、宅急便会社を勧めます。

急速に成長しているため人材が足りなくて、高いレベルの仕事を経験でき、キャリアアップのチャンスが大きいです。

5. 40 歳代中頃の女性

国有企業への就職は魅力的だけど、有名大学からでないといけない。うちの子供は有名高校でないし、有力なコネもないし。まあ、伸び盛りの一流 IT 企業に入ってくればいいと思います。

6. 30 歳代前半の女性

うちの子供は今 2 歳です。中国は過去 20 年で大きく変わりました。これから 20 年でまた大きく変わるでしょう。改革開放が進んで、うちの子供が就職するころには国有企業は魅力の無いものになっているかもしれません。

7. 40 歳代後半の女性

うちの娘は今、大学院生です。娘にもしっかり勉強してもらいますが、コネを最大限使って官庁か国有企業に就職させます。これまでいっぱいお金を使ってきたから仕上げも大事です。

8. 20 歳代の男子学生

東華大学の学生です。官庁にも応募するつもりですが、いい職場は倍率が高いし、倍率が低いところは僻地勤務になる可能性があります。本命は中央国有企業（銀行）を狙っています。でも、現実には厳しいです。私の先輩で官庁や国有企業に入った人は殆どいません。

9. 20 歳代の男子学生 （上記学生の仲間）

私は官庁や国有企業など頭から狙っていません。コネもないし受験もさせてもらえないでしょう。上海の大学生の就職事情をご存じですか？ 親が払ってくれた学資に見合う就職先を見つけるのは大変です。今年の卒業生も卒業までに就職先が決まらなかった人がたくさんいます。私の作戦は、あまりえり好みをせず、まず、どこかに入り込んで、とりあえず収入を確保してからステップアップを目指します。

10. 20 歳代後半の女性

私は復旦大学から上海税関に入りました。大学に入った時から官庁に入ろうと思っていました。両親は公務員ではありませんが、両親の仕事を見ていると

公務員の方がずっと面白いと思っていました。コネも必要ですが、やっぱり実力が第一です。私の同級生は中学から勉強量が違いました。

11. 20歳代後半の男性（上記女性の主人）

私も復旦大学出身で、国有企業勤務です。中国の場合、大手有力企業の大半が国有企業であるという現実があります。発展性のある会社で働きたいと思えば必然的に国有企業が対象になります。国有企業というと古めかしいイメージでとらえられるかもしれませんが、もちろんそういう会社も多いですが、国有企業にも様々な業種があり、国際競争力をもった面白い会社もたくさんあります。

中国も急速に変化していますから、競争力のある国有企業がどんどん民営化され、世界の有力大企業と互角に競争するようになるでしょう。中国が更に発展するためには国有企業の民営化、経営の変革が不可欠です。そういう場に身を置きたいです。

現役の大学生にとって官庁や国有企業は魅力的な就職先であることは間違いない。ただ、それは狭き門で、かなり早くから自覚をもった学生か、競争社会の現実を目覚めた親の努力無しには就職は難しそうだ。また、若い親は急速に変化する社会を見てきているだけに、20年後の中国の変化が予測できないと、戸惑いを感じている層も少なくないようだ。

以上

【中国経済最新統計】

	① 実 質 GDP 増加率 (%)	② 工 業 付 加 価 値 増 加 率 (%)	③ 消費財 小売総 額増加 率(%)	④ 消費者 物価指 数上昇 率(%)	⑤ 都市固 定資産 投資増 加 率 (%)	⑥ 貿易収 支 (億\$)	⑦ 輸 出 増加率 (%)	⑧ 輸 入 増加率 (%)	⑨ 外国直 接投資 件数の 増加率 (%)	⑩ 外国直 接投資 金額増 加率 (%)	⑪ 貨幣供 給量増 加 率 M2(%)	⑫ 人民元 貸出残 高増加 率(%)
2005 年	10.4		12.9	1.8	27.2	1020	28.4	17.6	0.8	▲0.5	17.6	9.3
2006 年	11.6		13.7	1.5	24.3	1775	27.2	19.9	▲5.7	4.5	15.7	15.7
2007 年	13.0	18.5	16.8	4.8	25.8	2618	25.7	20.8	▲8.7	18.7	16.7	16.1
2008 年	9.0	12.9	21.6	5.9	26.1	2955	17.2	18.5	▲27.4	23.6	17.8	15.9
2009 年	9.1	11.0	15.5	▲0.7	31.0	1961	▲15.9	▲11.3	▲14.9	▲16.9	27.6	31.7
2010 年	10.3	15.7	18.4	3.3	24.5	1831	31.3	38.7	16.9	17.4	19.7	19.8
2011 年	9.2	13.9	17.1	5.4	24.0	1549	20.3	24.9	1.1	9.7	13.6	14.3
2012 年	7.7	10.0	14.3	2.7	20.7	2303	7.9	4.3	▲10.1	▲3.7	13.8	15.0
1 月				4.5	25.3	273	-0.5	-15.0	4.6	10.8	16.6	14.8
2 月		21.3		3.2	—	-315	18.3	40.3	38.7	-0.9	17.8	15.0
3 月	8.1	11.9	15.2	3.6	21.1	53	8.8	5.4	-6.5	-6.1	18.1	15.7
4 月		9.3	14.1	3.4	19.2	184	4.9	0.4	-26.1	-0.7	17.5	15.4
5 月		9.6	13.8	3.0	21.0	187	15.3	12.7	-6.1	0.0	17.9	15.7
6 月	7.6	9.5	13.7	2.2	21.8	317	11.3	6.3	-16.3	-6.9	18.5	16.0
7 月		9.2	13.1	1.8	20.6	251	1.0	5.7	-7.8	-8.6	18.9	16.0
8 月		8.9	13.2	2.0	19.4	267	2.7	-2.7	-12.7	-1.4	18.4	16.1
9 月	7.4	9.2	14.2	1.9	23.1	277	9.8	2.3	-6.4	-6.8	19.8	16.2
10 月		9.6	14.5	1.7	22.4	320	11.5	2.2	1.8	-0.2	14.6	15.9
11 月		10.1	14.9	2.0	20.0	196	2.8	-0.1	-8.7	-5.4	14.5	15.7
12 月	7.9	10.3	15.2	2.5	18.8	316	14.0	6.0	-7.8	-4.5	14.4	15.0
2013 年	7.7	9.7	11.4	2.6								14.1
1 月				2.0	20.8	291	25.0	29.0	-12.4	-3.4	15.9	15.4
2 月				3.2		153	21.7	-14.9	-35.6	6.3	15.2	15.1
3 月	7.7	8.9	12.6	2.1	21.5	-9	10.0	14.2	-19.7	5.7	15.7	14.9
4 月		9.3	12.8	2.4	19.8	182	14.6	16.6	13.9	0.4	16.1	14.9
5 月		9.2	12.9	2.1	19.7	204	0.9	-0.1	-14.4	0.3	15.8	14.5
6 月	7.5	8.9	13.3	2.7	19.9	271	-3.3	-0.9	-17.3	20.1	14.0	14.1
7 月		9.7	13.2	2.7	20.2	178	5.1	10.8	1.2	24.1	14.5	14.3
8 月		10.4	13.4	2.6	21.4	285	7.1	7.1	-11.7	0.6	14.7	14.1
9 月	7.8	10.2	13.3	3.1	19.6	152	-0.4	7.4	-16.8	4.9	14.2	14.3
10 月		10.3	13.3	3.2	19.2	311	5.6	7.5	-8.2	1.2	14.3	14.1
11 月		10.0	13.7	3.0	17.6	338	12.7	5.4	-9.3	2.3	14.2	14.2
12 月	7.7	9.7	13.6	2.5	17.2	256	4.3	8.6	-3.4	-42.6	13.6	14.1
2014 年												
1 月				2.5	19.8	319	10.5	10.8	-8.6	-4.5	13.2	14.3
2 月				2.0		-230	-18.1	10.4	1.3	4.0	13.3	14.2
3 月	7.4	8.8	12.2	2.4	17.3	77	-6.6	-11.3	6.1	-1.5	12.1	13.9
4 月		8.7	11.9	1.8	16.6	185	0.8	0.7	0.5	3.4	13.2	13.7
5 月		8.8	12.5	2.5	16.9	359	7.0	-1.7	8.4	-6.6	13.4	13.9
6 月	7.5	9.2	12.4	2.3	17.9	316	7.2	5.5	10.3	0.2	14.7	14.0
7 月		9.0	12.2	2.3	15.6	473	14.5	-1.5	14.0	-17.0	13.5	13.4
8 月		6.9	11.9	2.0	13.3	498	9.4	-2.1	5.2	-14.0	12.8	13.3

注：1. ①「実質 GDP 増加率」は前年同期（四半期）比、その他の増加率はいずれも前年同月比である。
2. 中国では、旧正月休みは年によって月が変わるため、1 月と 2 月の前年同月比は比較できない場合があるので注意されたい。また、（ ）内の数字は 1 月から当該月までの合計の前年同期に対する増加率を示している。
3. ③「消費財小売総額」は中国における「社会消費財小売総額」、④「消費者物価指数」は「住民消費価格指数」に対応している。⑤「都市固定資産投資」は全国総投資額の 86%（2007 年）を占めている。⑥—⑧はいずれもモノの貿易である。⑨と⑩は実施ベースである。

出所：①—⑤は国家统计局統計、⑥⑦⑧は海関統計、⑨⑩は商務部統計、⑪⑫は中国人民銀行統計による。